

PROGETTO SEO ADVANCED

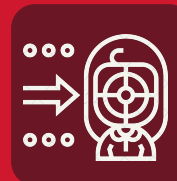
di DENNIS DE LUCA

CANOVACCIO

Short brief



BRAND IDENTITY



TARGET



KEYWORD RESEARCH



DOMINIO



LINK



ROBOT.TXT



REDIRECT



BRAND IDENTITY

Per la realizzazione del progetto SEO Advanced ho deciso di lavorare sullo stesso cliente da me presentato nel progetto Funnel Marketing, per integrare la strategia funnel (progetto funnel) con una strategia SEO (progetto SEO Advanced).



'NOME E LOGO INVENTATI DA ME

Descrizione

Reedo' è un **e-commerce italiano** nato agli inizi del 2020, specializzato nella vendita di abbigliamento di seconda mano (second-hand).

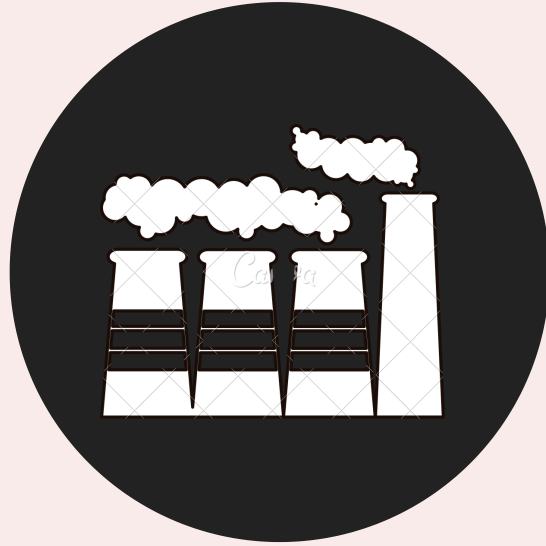
Il business funziona così:

- L'utente che vuole vendere il proprio capo di abbigliamento contatta Reedò inviandogli info e foto del prodotto.
- Reedò ispeziona le condizioni del prodotto e propone un prezzo all'utente.
- Se l'utente accetta, riceve il pagamento da Reedò e spedisce il prodotto direttamente al suo magazzino.
- Reedò, a sua volta, inserisce il prodotto nel suo ecommerce, precisamente nella Products Page, aumentandone il prezzo.
- L'utente che vuole acquistare un capo di abbigliamento, sfoglia tra i diversi prodotti Reedò, sceglie il suo preferito e completa l'acquisto.

Mission

'Rispettare la natura; dare nuova vita ad abbigliamento inutilizzato; fare la differenza'

CORE VALUES



RISPETTO DELL'AMBIENTE

L'industria della moda è una delle **più inquinanti al mondo**.

Attraverso l'acquisto di abbigliamento second-hand, si contribuisce al **riciclo di capi di abbigliamento** già prodotti e acquistati, **diminuendo la domanda complessiva di nuovi prodotti**.



TUTELA DEI PRODUTTORI

L'utilizzo di **fertilizzanti e pesticidi** per le coltivazioni, ad esempio, di cotone, ha un **impatto negativo sulla vita del produttore**.

Inoltre, molte fabbriche internazionali **sfruttano gli operai**, spesso anche i minorenni, con **salari bassi** e **condizioni di lavoro pietose**.



RISPARMIO (E GUADAGNO)

,Con Reedò, invece di lasciare che i vecchi vestiti dei clienti si ammassino in discariche altamente inquinanti, essi avranno la possibilità di **guadagnare vendendo i propri capi** ad utenti interessati, che a loro volta **risparmieranno acquistando capi a prezzi minori**.



TARGET

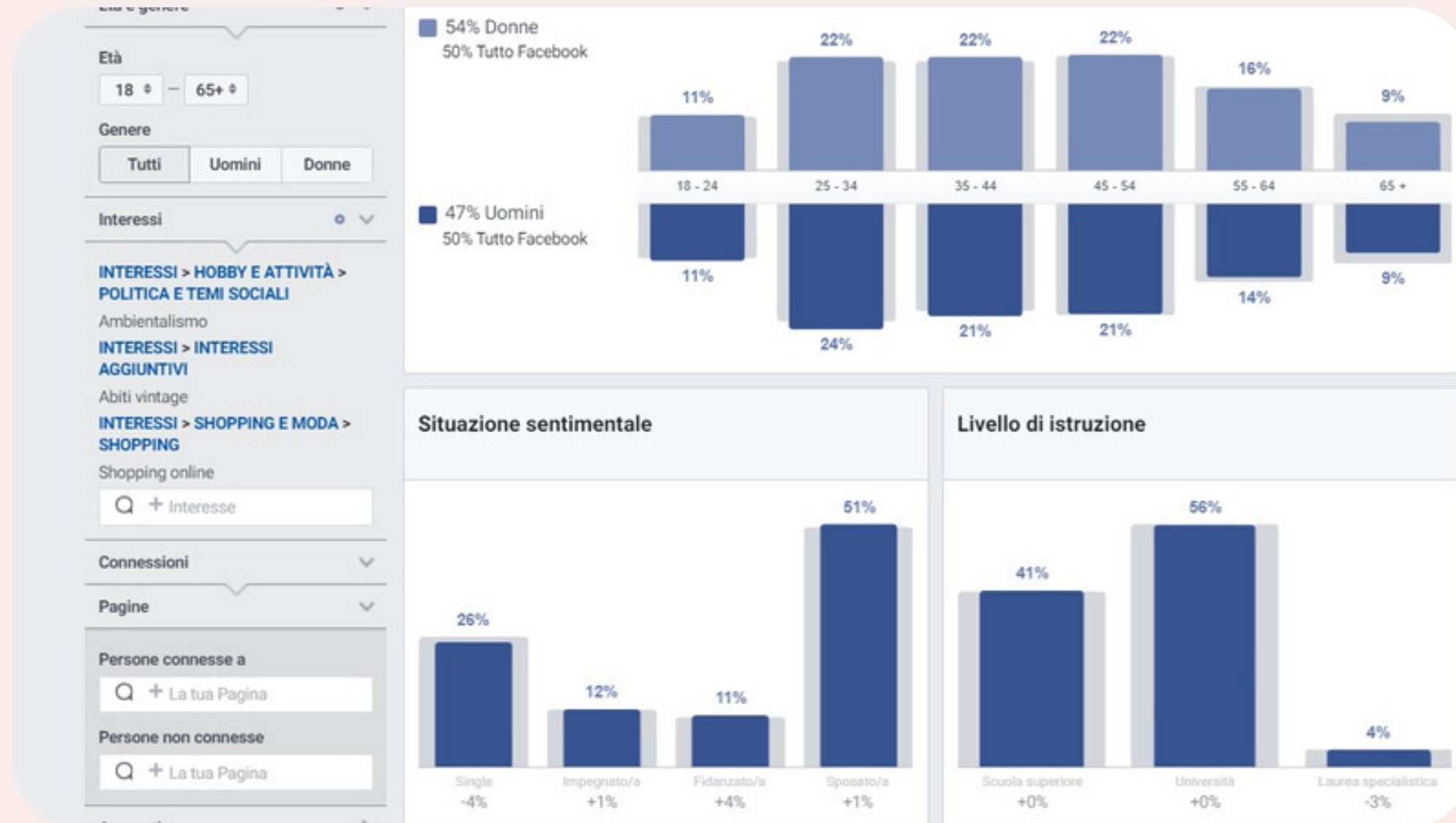
Ricerca del giusto target

Utilizzando lo strumento di Facebook, **Audience Insights**, ho potuto trovare notevoli **informazioni sul pubblico** che ha come **interesse comune** quelli che sono gli elementi cardine della mission di Reedò: '**shopping online**', '**abiti vintage**' e '**ambientalismo**', .

Con un pubblico iniziale di **20- 25 milioni di persone** (pubblico molto ampio ma che verrà ristretto dopo l'analisi - alla slide 11), Facebook ha mostrato, attraverso i **dati** che giornalmente acquisisce dagli utenti e a seguito degli interessi da me aggiunti, diverse informazioni in base a:

- **Età e genere**
- **Situazione sentimentale**
- **Livello di istruzione**
- **Device utilizzati**
- **Frequenza delle attività**

Ricerca del giusto target - #2



- Il **genere** è **omogeneo**.
- La fascia più calda di vendita sono gli utenti **tra i 25 e i 54 anni**.
- Interessi: abiti vintage; ambientalismo
- Potenziali acquirenti sono sia **single (27%)** che **sposati (51%)**.

Ricerca del giusto target- #3



- Il **70%** degli utenti utilizza **dispositivi mobile**.
- La **maggior parte** di essi hanno un mobile di tipo **Android** (73%), ma **non è da sottovalutare** anche quelli **Iphone** (24%).

Ricerca del giusto target- #4



- Il target interagisce molto sui social: in 30 giorni, **26 inserzione cliccate di media.**

Target

Età e genere:	Uomini e donne tra i 25 e i 54 anni di età
Stato civile:	Single e sposati
Livello di istruzione:	Diploma superiore e universitari
Luogo:	Italia
Interessi:	Abiti vintage; shopping online; rispetto dell'ambiente
Device utilizzati:	Mobile (IOS e Android)

Pubblico ridimensionato a 4 milioni

Buyer Personas - #1



Pamela

Età: 26
Occupazione: Cameriera
Stato civile: Single
Città: Milano

Device: Mobile

Sistema: IOS

Obiettivi: Vendere i suoi capi d'abbigliamento inutilizzati e guadagnarne.

Social: Facebook, Instagram, Tiktok

Values:

- Shopping online
- Abiti vintage



Giovanni

Età: 45
Occupazione: Avvocato
Stato civile: Sposato senza figli
Città: Roma

Device: Mobile

Sistema: Android

Obiettivi: Proteggere l'ambiente acquistando capi d'abbigliamento second-hand,

Social: Linkedin, Facebook, Pinterest

Values:

- Ambientalismo
- Abiti vintage

Buyer Personas - #2



Pamela

Pamela è la rappresentazione della sezione del **target di minor età**, ovvero quello tra i 25 e i 35.

Questo target è **più propenso a vendere** che comprare, essendo un arco di età il quale la maggior parte delle persone appartenenti possiede **introiti inferiori alla media** (nel mio caso ho preso in esempio la professione del cameriere, che possiede un introito mensile basso) e spesso non ha neanche un lavoro.

Anche i social utilizzati sono lo specchio di questa 'generazione'.



Giovanni

Giovanni è invece la rappresentazione della sezione del **target di maggior età**, ovvero quello tra i 35 e i 54.

Questo target è **più propenso a comprare** che vendere, per ragioni opposte a quelle esposte nel caso precedente.

E' anche un target più incline ad un interesse per il tema second-hand di **carattere ambientalista**, dato da un assetto mentale più maturo.



KEYWORD RESEARCH

- TOOL UTILIZZATI:
- Ubersuggest
 - Semrush
 - Google related searches
 - Strumento di pianificazione delle parole chiave (stranamente non dava volumi di ricerca specifici)

Scelta main keyword

Per la scelta della **main keyword** ho valutato due possibili alternative:

- abbigliamento vintage
- vestiti vintage

Panoramica keyword: abbigliamento vintage

VOLUME DI RICERCA ⓘ

2.400

MEDIO

SEO DIFFICULTY ⓘ

49

PAID DIFFICULTY ⓘ

100

COSTO PER CLICK (CPC) ⓘ

€0,35

Keyword ⌵

Volume ⌵

Trend

KD % ⌵

CPC € ⌵

Comp. ⌵

+ abbigliamento vintage ⌵

2.400



75,94

0,26

1,00

Panoramica keyword: vestiti vintage

VOLUME DI RICERCA ⓘ

4.400

MEDIO

SEO DIFFICULTY ⓘ

50

PAID DIFFICULTY ⓘ

100

COSTO PER CLICK (CPC) ⓘ

€0,34

Keyword ⌵

Volume ⌵

Trend

KD % ⌵

CPC € ⌵

Comp. ⌵

+ vestiti vintage ⌵

4.400



77,59

0,26

1,00

● Come si può vedere, la kw 'vestiti vintage' ha un maggior volume di ricerca e una difficoltà di posizionamento relativamente indifferente dall'altra kw.

● La mia scelta è caduta proprio su 'vestiti vintage'

Keywords

MAIN KEYWORD

vestiti vintage

KEYWORD SEC.

vestiti vintage
online

negozio vestiti
vintage

vestiti vintage
usati

vestiti vintage
uomo

vestiti vintage
donna

vestiti vintage
anni 50/60...

vestiti vintage 2021

KEYWORD TERZ.

second-hand

abbigliamento
vintage

vestiti di seconda
mano

outfit anni 50/60...

outfit vintage

stile vintage

consumo
responsabile

eco-friendly



DOMINIO

Scelta del dominio

Nella scelta del dominio ho incontrato un piccolo problema che spesso capita a tutti: 'trovarsi davanti un bivio'.



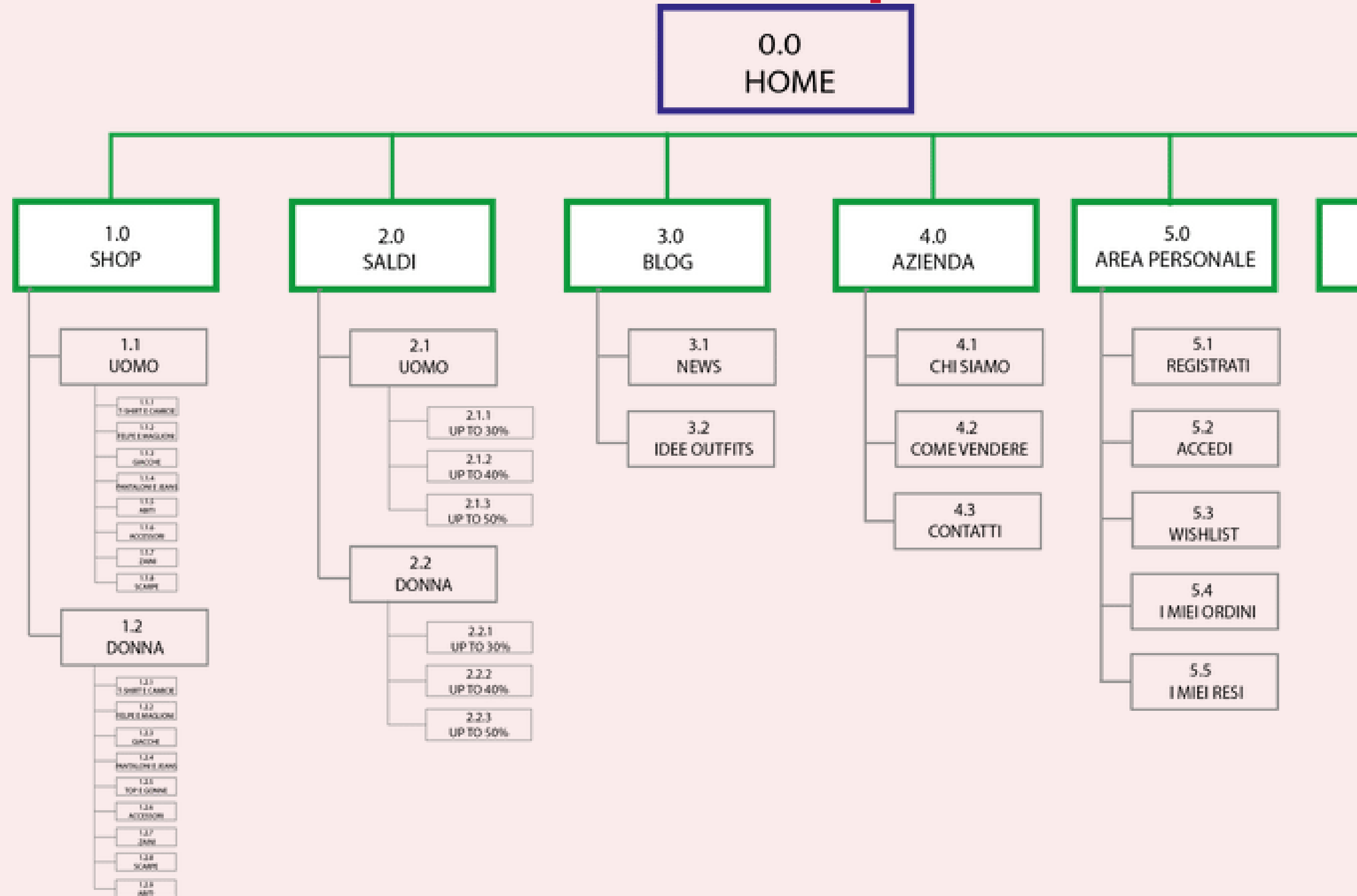
- Difianco il nome del brand, ho poi pensato di **aggiungere parte della main keyword** del business e del sito: '**vintage**', indicando a google, già dal dominio, quale è il mio campo di azione (anche perchè puntare su un dominio composto solo dal nome del brand secondo me sarebbe risultato un pò azzardato)

- Come specificato nella sezione 'BRAND IDENTITY', **il nome del brand è Reedò**, con la **o accentata** per dare una maggior somiglianza al presente del verbo 'ridare' (io ridò).
[Nel caso vi foste persi la spiegazione del nome, lascio in alto a sinistra una sua citazione*]
- Stando alle nuove opportunità, **dal 2012 è possibile utilizzare caratteri accentati per i propri domini**.
A dirla tutta, nel mio percorso decisionale ero propenso a scegliere proprio questa via, ma pensandoci su, **ho notato che questo carattere speciale possa non essere mobile-friendly**. Difatti, l'utente da mobile troverà più difficile scrivere 'reedò' al posto di 'reedo', poichè egli dovrà cambiare tastiera per digitare la o accentata.



STRUTTURA

Sitemap

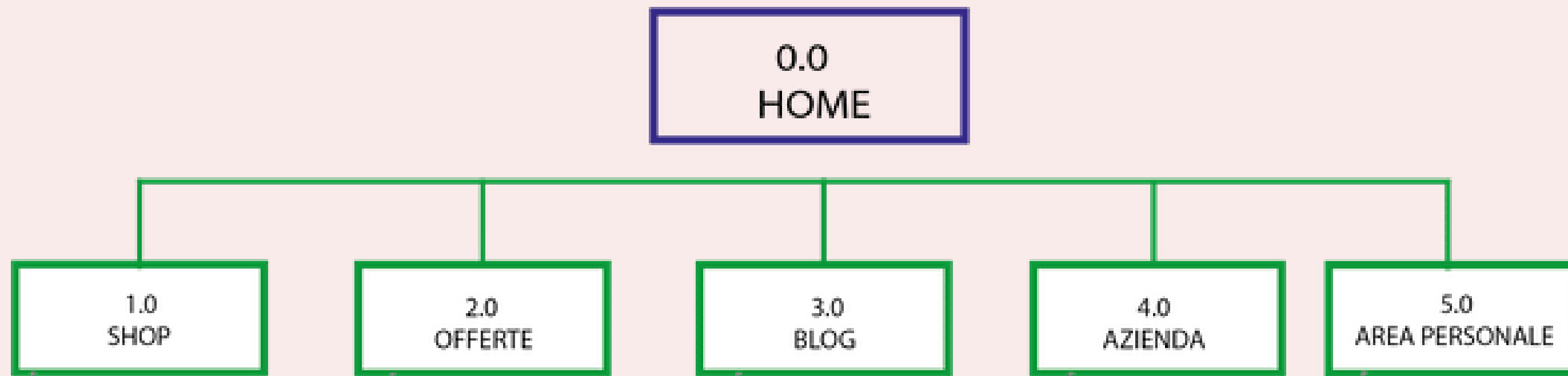




LINK

Link interni

www.reedovintage.com



1.0 www.reedovintage.com/shop

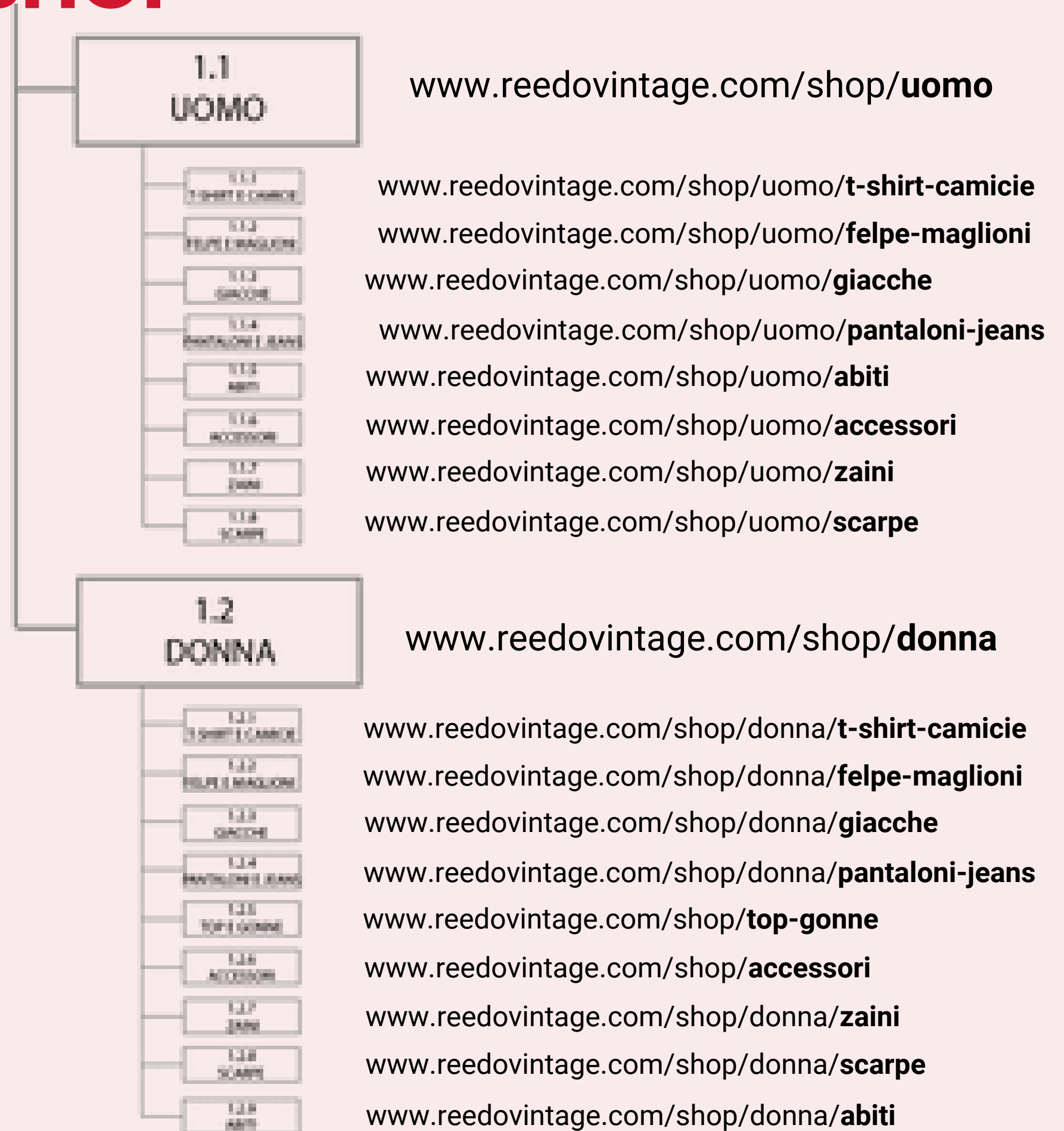
2.0 www.reedovintage.com/offerte

3.0 www.reedovintage.com/blog

4.0 www.reedovintage.com/azienda

5.0 www.reedovintage.com/area-personale

Sequenza di link - SHOP



Sequenza di link - **SALDI**



Nelle Product Page della categoria OFFERTE, utilizzerai il tag rel:canonical per avvisare i Googlebot che si tratta di un duplicato (in quanto tali prodotti sono presenti anche in SHOP) e che devono far riferimento al contenuto originale.

Sequenza di link - **BLOG**



Il BLOG è in fase di attuazione, quindi preferirei non indicizzarlo ed effettuare un redirect (vedi slide 29)

- **Nella pagina NEWS inserirò degli articoli riguardanti le novità del mondo vintage**, da articoli contenenti la storia dei brand presenti sul nostro e-commerce a quelli di nuovi brand inseriti.
- **Nella pagina IDEE OUTFITS inserirò degli articoli riguardanti idee di stile**, ovviamente stile vintage, con immagini di modell* e suggerimenti.
Mi è venuto in mente di creare questa sezione dopo aver osservato la sitemap di Zalando.

Sequenza di link - AZIENDA



4.0 AZIENDA

- **Nella pagina COME VENDERE inserisco una sorta di articolo guida** , contente tutte le direttive e i passaggi utili agli utenti per venderci i loro vestiti vintage e per riceverne un compenso.
(se non ci si ricorda come gira il business di REEDO', andare alla slide 4.)

Sequenza di link - AREA PERSONALE





ROBOTS.TXT

Robots

User-agent: *

Disallow: /blog/

Disallow: /area-personale/

Disallow: /thank-you/

Sitemap: <https://reedovintage.com/sitemap.xml>

- **Impedisco ai crawler l'indicizzazione del BLOG** per la causa affrontata nella slide 25, ovvero perchè esso verrà redatto in seconda fase.
- **Impedisco ai crawler l'indicizzazione dell'AREA PERSONALE** perchè non risulta in se rilevante in ottica SEO, e anche per diminuire il crawl budget.
- **Impedisco ai crawler l'indicizzazione della THANK YOU** perchè senza questa proibizione l'utente potrebbe facilmente arrivarci senza aver seguito il processo di lead generation.



REDIRECT

Redirect 301

```
RewriteEngine on  
  
RewriteRule (.*)$  
https://www.reedovintage.com/$1 [R=301,L]
```

Ipotizzo che prima esisteva il dominio 'reedò.com', ma dopo un'analisi si è scelto di cambiarlo:

- **Nel file .htaccess inserisco il seguente codice per reindirizzare definitivamente l'intero dominio verso un nuovo.**

Redirect 302

```
RewriteEngine On  
  
Redirect 302 /reedovintage.com/blog  
https://reedovintage.com
```

Come preannunciato in slide 25 e slide 29, faccio 'migrare' coloro che cliccano su BLOG in HOME.

- **Nel file .htaccess inserisco il seguente codice per reindirizzare momentaneamente una pagina ancora non completa verso una già esistente.**

MOTIVAZIONE

Per effettuare questo SEO ADVANCED ho ripreso il brand REEDO', che ho utilizzato precedentemente per il progetto di FUNNEL MARKETING.

Ho preso questa decisione perchè avevo già sviluppato un percorso di vendita col progetto precedente, e quindi mi è risultato semplice implementarci le nozioni di SEO, in quanto già avevo un'ampia panoramica del funzionamento di esso.

GRAZIE PER L'ATTENZIONE



CONTATTO MAIL: dennis.deluca02@gmail.com
NUMERO TELEFONICO: 3398662119